

72 лет. Таким образом, люди, относящиеся к классу прекариата, способны повысить уровень безработицы, что негативно скажется на экономике страны. [4]

Сегодня в состав прекариата входят люди, которые работают неполный рабочий день или имеют работу только в определённые сезоны или определённое короткое время. Таким образом, феномен прекариата также позволяет скрывать масштабы безработицы. Всё зависит от формы трудоустройства человека.

#### **Список использованных источников:**

- 1) [http://www.ng.ru/stsenarii/2018-02-27/14\\_7180\\_dictatura.html](http://www.ng.ru/stsenarii/2018-02-27/14_7180_dictatura.html)
- 2) <https://lenta.ru/news/2019/04/15/profession/>
- 3) <http://hrdocs.ru/novosti/den-frilansera/>
- 4) [https://gks.ru/bgd/free/B04\\_03/IssWWW.exe/Stg/d05/12.htm](https://gks.ru/bgd/free/B04_03/IssWWW.exe/Stg/d05/12.htm)
- 5) Мусаев Батал Ахмедович Влияние нестандартной занятости на изменение социально-трудовых отношений: дис. ...канд. экон. наук: 08.00.05; [Всероссийский научно-исследовательский институт труда]. – Москва, 2018. – 36 с.

## **ДИВЕРСИФИКАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МАЛОГО БИЗНЕСА**

**Таранова Виктория Константиновна<sup>1</sup>**  
Самарский университет, г. Самара

**Аннотация:** В статье раскрываются возможности диверсификации и малого предпринимательства в содействии экономическому развитию. Приводится анализ состояния развития малого предпринимательства в Самарской области. Предложена модель стратегий диверсификации для малого бизнеса. Определены основные факторы, препятствующие развитию малого бизнеса.

**Ключевые слова:** малый бизнес, диверсификация, стратегии диверсификации, экономическая ситуация, организационно-экономические механизмы.

В развитых странах около половины занятых работает на малых предприятиях и именно малый бизнес создает рабочие места. Традиционная

---

<sup>1</sup>Студент 3 курса бакалавриата Института экономики и управления Самарского университета. Научный руководитель: Манукян М.М., кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики инноваций Самарского университета.

экономика Самарской области - это малые предприятия, действующие в различных отраслях экономики. Некоторым предприятиям тяжело пришлось в определенные периоды современной истории, когда небольшие коллективы, обладающие ресурсами и всем, что казалось незыблемым и «твердо стоящим на ногах» вдруг потеряли рынки сбыта, управление, финансовые возможности и оказались в ситуации, когда упадническое состояние наблюдалось как у компании, так и у коллектива. Происходила невыплата зарплаты, складирование продукции, которая никому не нужна, отсутствие государственного заказа, которое поддерживало так или иначе компании и давало им возможности развиваться (самое главное содержать коллективы).

Работая на этих предприятиях наблюдался эффект подъема и это способствовало, прежде всего, возможность получения государственного заказа, когда предприятия выполняют работу для государства и живут за этот счет. Всем известно, что тренд на государственный заказ сейчас снижается. Вполне возможно, что и финансирование будет снижено. Самарские малые предприятия, работающие в этой сфере, понимают эту ситуацию.

Что делать, если перестанут поступать госзаказы? Диверсификация - это новое направление, новые продукты, которые:

- надо искать;
- нужно формировать/создавать;
- нужно финансировать;
- продвигать на рынки.

Высшая Школа Экономики как научный центр предлагает не теоретические курсы, который был отработан на одном из крупнейших предприятий г. Калуга. Есть мероприятия, которые должны посетить сотрудники предприятия и понять где найти источники финансовых потоков., как их предприятие может существовать вне оборон заказа. Это все происходит на конкретных примерах и зависит от того, представители каких предприятий придут в проект, потому что у каждого бизнеса свои рынки, свои разработки и ресурсы. Соответственно, у них разные стартовые позиции. Важное значение также имеют и те разработки, которые есть у компании. Все предприятия Самарской области уже работали над темой создания той гражданской продукции, которое она будет выпускать на рынок.

Стремительно меняется экономическая ситуация и условия рынка, под которые нужно подстраиваться. У малых предприятий, которые не обременены большими активами нет такой возможности гибко и быстро реагировать и перенастраиваться. Именно для них опыт ВШЭ актуален, чтобы они сами вместе с тренерами поработали над этой темой.

Диверсификация малого бизнеса подразумевает инвестирование в будущее компании в различных направлениях. Диверсификация это способ минимизировать риски, неважно применительно к какой отрасли это относится. С помощью диверсификации малые предприятия могут получить

экономическую выгоду, предотвратить спад производства или банкротство, сохранить активы даже в кризисный период.

Существует два способа диверсификации бизнеса:

- расширение бизнеса;
- приобретение готовых мощностей на стороне.

Первый вариант обычно используется при отсутствии достаточных финансовых ресурсов. Компания расширяет свои возможности, инвестируя как собственные, так и кредитные средства. Второй вариант более удобен, но менее выгоден. Удобен, потому что можно купить производственные мощности и сразу запустить свое дело, но если у компании средств недостаточно, то возникает необходимость крупного кредитования.

В сложившихся условиях экономики по результатам ряда опросов, включая опрос Левада-Центр, представители малых предприятий склонны к расширению направлений своей деятельности, нежели к сокращению, что делает актуальной диверсификацию их деятельности. [2] По официальным данным, актуальным на 2019 год, наиболее популярными сферами деятельности в Самарской области являются торговля и предоставление услуг, их удельный вес в общей структуре видов экономической деятельности занимает 38,5 и 23,3% (рисунок 1). С каждым годом число малых предприятий в Самарской области растет, так в 2019 году по сравнению с 2018 годом относительный прирост составил 3,3%. [1]



Рисунок 1 - Структура малых предприятий по видам экономической деятельности [1]

Основные стратегии диверсификации малого бизнеса:

- настроить свой продукт или услугу так, чтобы он обратился к новой группе потребителей или пользователей. При реализации продукта или услуги «высокого класса», можно рассмотреть менее дорогую версию.
- найти аналогичные товары. Существуют ли продукты, которые соответствуют тому, что предприниматель продает, или что его клиенты

покупают у другого поставщика? Например, компания, производящая медицинское оборудование, нашла новую нишу в обеспечении постоянного совершенствования и поддержки своего оборудования.

Самым агрессивным вариантом этой стратегии является покупка компании, которая производит продукты, схожие с продукцией предпринимателя.

- предложить интегрированное решение. Это вытекает из предыдущей идеи, и основной вопрос, который нужно задать себе и своей команде: «Можем ли мы сделать больше?». Это может включать обучение, облачные сервисы, приложения, дополнительное оборудование, мониторинг или обслуживание - возможности безграничны.

- в условиях широкого развития социальных сетей, которые служат отличными площадками для продаж, если компания не предлагает свои продукты через Интернет, необходимо добавить элемент электронной коммерции на свой веб-сайт. Можно посмотреть на различные «рыночные» программы основных интернет-магазинов, таких как Amazon.

Таким образом, диверсификация - это вкладывание средств в различные проекты с целью минимизации убытков. Понятие применяется в экономике и банковской сфере. Диверсификация позволяет оптимизировать любое направление коммерческой деятельности. Диверсификация как путь развития улучшает финансово-экономическое положение МП, а как способ выживания не дает ощутимых положительных результатов, по крайней мере в краткосрочной перспективе.

#### **Список использованных источников:**

- 1) Министерство экономического развития и инвестиций Самарской области. [Электронный ресурс]. URL: <https://economy.samregion.ru/>. (Дата обращения: 11.03.2020)
- 2) Исследовательская организация Левада-Центр. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.levada.ru/> (Дата обращения: 11.03.2020)
- 3) Т. Алимова. Диверсификация деятельности малых предприятий. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.xserver.ru/user/didmp/> (Дата обращения: 11.03.2020)